

万家乐奥运整合营销三部曲

- **品牌名称:** 万家乐
- **所属行业:** 家电类
- **执行时间:** 2024.07-2025.01
- **参选类别:** 跨媒体整合营销

万家乐



中国跳水协会
China Diving Association

中国国家跳水队战略合作伙伴

何姿
跳水世界冠军

秦凯
跳水世界冠军

跳水世界冠军 PK 天津跳水大爷

跳水队夺8金 赢小体积免单



万家乐小体积 全国销量第一

一部曲

营销亮点

抖音直播间亮点数据一

曝光量与销量同步创新高，拉动抖音电商销售额并为万家乐官方旗舰店带来超60%的人群沉淀增长。

成交总额：**347.57万**

直播间观看人数：**25.53万**

人群总资产增长：**61.1%**

A2人群增长：**174.5%**

直播间观看人数	最高在线人数	新增粉丝	
25.53万	1.8万+	9847	
成交人数	成交订单量	直播成交金额	累计直播时长
900	1066	¥347.57万	7.5小时
直播间曝光次数	直播间曝光人数	商品点击人数	
936.47万	789.51万	¥2.78万	

727超级直播事件抖音人群沉淀数据明细						
日期	人群总资产	A1	A2	A3	A4	A5
7月26日	13099541	11941222	834255	263894	46894	13276
7月27日	21097184	18419702	2290285	326423	47267	13507
增长率	61.10%	54.30%	174.50%	23.70%	0.80%	1.70%

营销亮点

抖音直播间亮点数据二

重点传播小体积产品系列，拉动抖音电商销售和人群沉淀，实现品效合一。



旗舰店排行榜**NO. 1**
直播热度**56.6万+**

小体积M2H+M3X总销售**232.52万**
占整体销售额**70%**

微博热搜亮点数据

聚焦微博，借势奥运冠军何姿&秦凯夫妇与天津跳水大爷，发起现象级传播事件，此次共计**2家千万级媒体蓝V**、**15家百万级媒体蓝V**、**20余位百万级KOL**、**50位金V**及**100位黄V达人**参与，矩阵式全链路覆盖传播，触达人群**2亿+**，引爆全网热议。



#武汉鲜肉对战跳水队大爷# **NO. 1**

#武汉东湖也到了下大爷的季节# **NO. 14**

话题曝光量：**6200万+**

营销亮点

自媒体亮点数据

官号共发布内容**30+**，总阅读量超**194.5万**，总互动量超**1.2万**，达人共发布内容**788篇**，总阅读量**3165W+**。



营销亮点

对比方太618期间“与辉同行”专场直播

本次万家乐超级直播以总裁出场送福利的方式替代头部带货主播，引起广大粉丝及网友关注，销售额是方太直播的**5倍**，订单量是方太专场直播**近10倍**。

方太本次直播共上架5件商品，销量**123件**
直播销售额**63.8万元**

成交总额：**347.57万**

成交订单量：**1066单**

万家乐



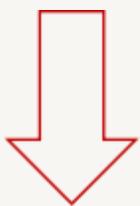
The screenshot shows a live broadcast interface for FOTILE (方太). A circle highlights the brand name 'FOTILE 方太'. Below the header, there is a table listing 5 products with their prices, sales volume, and broadcast times.

商品/价格	直播销量	直播销售额	开播时间	上/下播时间	转化率	操作
【方太】煎烤炒炖一体机EP1 ¥979起	45	26.0w	00:22:42	06-07 18:00 06-08 00:01	-	👍
【方太】煎烤洗碗机Q2-V8 ¥439起	51	25.8w	00:08:54	06-07 18:00 06-08 00:01	-	👍
【方太】铁翼增压零冷水热水器HX10T1 ¥423起	75	5.5w	00:02:38	06-07 18:00 06-08 00:01	-	👍
【方太】顶侧一体机灶套餐F2+TE22-G ¥540起	10	5.4w	00:34:21	06-07 18:00 06-08 00:01	-	👍
【方太】母婴级消毒柜JFEL1 ¥229起	0	0	00:00:00	06-07 18:00 06-08 00:01	-	👍

直播间观看人数	最高在线人数	新增粉丝	
25.53万	1.8万+	9847	
成交人数	成交订单量	直播成交金额	累计直播时长
900	1066	¥347.57万	7.5小时
直播间曝光次数	直播间曝光人数	商品点击人数	
936.47万	789.51万	¥2.78万	

四维一体

内容创新吸引力 | 专业直播影响力 | 营销互动策略 | 平台曝光力



万家乐



中国跳水协会
CHINA DIVING ASSOCIATION

中国国家跳水队战略合作伙伴

二部曲

史无前例夺八金

热烈欢迎奥运冠军到访万家乐



单日销量创新高



全平台直播间活动整体数据表现

平台	成交人数	成交订单量	成交金额
抖音	-	-	1205172.33
视频号	-	-	-
天猫	1473	-	6591440.72
京东	320	387	480629.3

9月7日通过奥运直播话题进行带货销售

单日 GMV破 828W

官方直播平台场观人数再次刷新

奥运凯旋直播曝光量与销量同步创新高，有效的实现品牌曝光并形成人群沉淀，新增粉丝超2.7w。

冠军直播
累计观看人数破百万
曝光超千万
在线场观突破

4W+

新增粉丝超2.7W+



直播间曝光次数	直播间曝光人数	商品点击人数
1020万	710万	1.8万

登顶多平台带货榜单

天猫大牌家电小时榜排名NO.1
抖音平台大家电直播榜NO.1

The image consists of three screenshots demonstrating Wanjiale's success on different e-commerce platforms:

- Left Screenshot:** A live broadcast interface for Wanjiale's '99 Billion Anniversary' event. It features a 'Top 1' badge for Wanjiale's official flagship store in the 'Big Brand Home Appliances Hourly Ranking'.
- Middle Screenshot:** A screenshot of the 'Market' section on a platform, showing a ranking list for 'Home Appliances'. Wanjiale's official flagship store is ranked #1 with 35.2 million followers.
- Right Screenshot:** A screenshot of the 'Market Ranking' section, showing Wanjiale's official flagship store as the #1 brand in the 'Home Appliances/Hot Water Heaters' category.

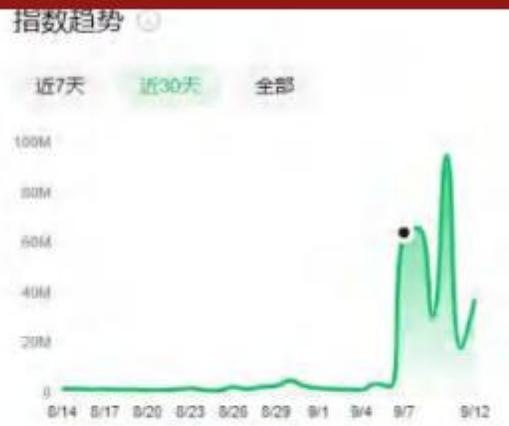
Rank	Store Name	Followers
1	万家乐官方旗舰店直播间	35.2万
2	小喵姐居家高货	14.4万
3	天鹅到家	4.2万
4	小天鹅官方旗舰店	3.7万
5	海尔品牌家电直播间	2.7万
6	Hisense海信洗衣机专卖店...	2.7万

Rank	Brand Name
已上榜	5
#1	万家乐 万家乐官方旗舰店

全网影响力暴增

9月7日百度指数，微信指数均出现爆发式增长，

其中微信整体指数日环比增长2235%为同期9月8日蓝月亮活动的79倍，
通过数据对比可以得出本场活动在大众传播中形成了巨大的影响力



数据异动记录

9月7日

整体指数值日环比	2235.01% ▲
公众号来源日环比	900.47% ▲
视频号来源日环比	2349.27% ▲
搜一搜来源日环比	193.69% ▲
直播来源日环比	11997200.00% ▲
网页来源日环比	194.39% ▲

万家乐	38,130,272	110.37% ▲
蓝月亮	1,067,282	113.01% ▲
+ 添加对比词		

指数趋势

近7天 近30天 全部

● 万家乐 ● 蓝月亮



对比蓝月亮

同比活动落地一周内，蓝月亮x中国跳水队夜游珠江/总部扫楼活动（9.7晚-9.8日）

在本次万家乐以及蓝月亮活动前后一周，万家乐搜索指数呈现**断崖式增长**，活动日微信指数为是蓝月亮的**79倍**，最高在10号接近**1亿**，为**95,164,602次**，是蓝月亮搜索指数的**121倍**，月均值上为蓝月亮的**4-5倍**；百度指数上，在活动前后同步**翻倍式增长**，整体凸显本次万家乐活动的声量激增，活动声势大，在活动日前后皆**超越蓝月亮指数**。

传播上，蓝月亮的夜游珠江以及活动更多是内部活动，因此无太多宣传内容以及传播性内容出现，只有路人的路透，以及杨昊的自发vlog；而万家乐呈现爆发式增长，还有媒体等官方加持，内容丰富，更吸引用户关注，热度更高。



对比自然堂

同比活动落地一周内，自然堂x中国跳水队821见面会

自然堂活动日微信指数与万家乐的数值只有些微差距，而本次万家乐活动期间，万家乐微信搜索指数则呈现**爆发式增长**，活动日指数为自然堂的**6倍**，为**64,261,594次**；10号的最高值是自然堂的**56倍**。万家乐百度指数一直高于自然堂，在双方活动日指数更是为自然堂的**2-3倍高**。在不同平台，万家乐呈现更多发散性内容的传播，关注声量较高，本次活动整体**曝光破亿**，而自然堂整体宣传内容较少，无指向性话题宣传，更多结合商场合作落地，整体宣传数据较为一般，暂无官方预热活动。



2024年万家乐40周年第一波春节整合营销

万家乐X中国国家跳水队 中国儿女中国红时尚大片新春首发

万家乐感恩中国1亿用户的选择

促使消费者在看到跳水队相关大片时，自然而然地联想到万家乐，
从而极大地促进了品牌的高效传播与认知。

春节，作为在中国延续了上千年的传统节日
蕴藏着丰富的文化内涵



想要在春节营销中让消费者产生“共鸣感”
首先找到最能代表中国新春
又能链接万家乐品牌与两大IP的文化符号



中国年，弥漫着中国红 每年的春节，总是把中国红挥洒到极致

深深根植于汉民族文化图腾的「中国红」
是华夏儿女情感的根，幸福的源
是家的温暖，是团圆的象征，是亲情的纽带

更是万家灯火团聚之乐

万家乐的中国儿女
用创新成就品牌中国红

Logo的**红**
产品的**红**



跳水队的中国儿女
用热爱让世界看到中国红

队服的**红**
夺冠的**红**



三部曲

40年，中国儿女用自己的实力，让世界重新认识中国红

万家乐40年CNY全力蓄热

「中国儿女中国红」



燃气热水器国家标准起草单位“燃气热水器国家标准GB 6932-2015《家用燃气快速热水器》的主要起草单位陈芋汐和北京(首创)股份有限公司,于2024年12月完成中国内地(不含港澳台地区)家电市场及万家乐自身销售数据的统计,得出市场结论声明,截至2024年10月31日,万家乐累计服务1亿中国用户。

万家乐40年

万家乐携手
中国国家跳水队 **新春贺岁**

感恩中国1亿用户的选择

中国儿女 中国红